CANADEXPORT

Volume 23 > Numéro 10

1er juin 2005

DANS CE NUMÉRO > L'INDUSTRIE CÔTIÈRE DU KAZAKHSTAN >>

Exporter vers les États-Unis : les ficelles du métier

Saviez-vous qu'au cours des 20 dernières années, le programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (NEEF) a préparé plus de 20 000 PME exportatrices canadiennes à remporter du succès aux États-Unis? Bien que le programme NEEF s'adresse aux gens d'affaires de tout le Canada, c'est encore en Ontario, où il a débuté en 1984, qu'il reste le plus actif. Au moins six fois l'an, de nouveaux et éventuels exportateurs de l'Ontario obtiennent des conseils spécialisés dans le cadre de missions NEEF aux postes frontaliers les plus achalandés du Canada, soit à Buffalo ou à Detroit.

Le pont Ambassador, qui relie Windsor (Ontario) et Detroit (Michigan).

Au cours de ces missions de deux jours, les participants visitent un bureau des douanes des États-Unis et un entrepôt d'approvisionnement; ils s'entretiennent en privé avec un délégué commercial du Canada et assistent à une séance d'information sur le financement des exportations. Ils ont aussi droit à des exposés de la part d'un courtier en douanes, d'un groupeur de marchandises, d'un spécialiste en immigration, d'un comptable, d'un banquier et d'un représentant de manufacturier.

C'est Ken Campbell qui s'occupe du recrutement des sociétés ontariennes participant au programme NEEF. M. Campbell est consultant en commercialisation internationale pour le compte d'Ontario Export inc., organisme de promotion des exportations du gouvernement de l'Ontario établi à Toronto. « Pour réussir aux États-Unis, il faut s'initier au monde des affaires américain, explique-t-il. Le programme NEEF est la meilleure façon d'en connaître les rouages. Il offre un aperçu très dense du processus d'exportation, le tout présenté sur place par des experts. »

« Ma participation au programme NEEF a été l'une des choses les plus utiles que j'ai faites en tant qu'exploitant d'une petite entreprise », raconte Martin Black, de Baxter Creek Tools. Avant de participer au programme, M. Black avait constaté que ses frais d'expédition depuis ses installations d'Angus en Ontario jusqu'aux États-Unis étaient tout simplement trop élevés pour qu'il vaille la peine d'exécuter de petites commandes. Le programme lui a permis de remédier à cette situation. Au cours d'une visite d'un entrepôt à Buffalo, il a appris qu'il pouvait réduire ses frais en expédiant et en entreposant ses produits aux États-Unis en grande quantité. Grâce à cette découverte, il a réalisé de grandes économies.

Selon Mary Mokka, déléguée commerciale et coordonnatrice du programme NEEF au consulat général du Canada à Buffalo, il s'agit d'une bonne formule. « Rien ne peut remplacer le fait de recevoir l'information directement de la bouche d'un expert. Cela fait 20 ans que je travaille à ce programme; j'ai participé à des centaines de missions NEEF et, chaque fois, j'apprends quelque chose de nouveau, explique M^me^ Mokka. Et cela ne coûte pas cher : seulement 150 $ pour deux jours de formation sur les exportations. »

Même les vieux routiers de l'exportation tirent parti de l'information concrète fournie durant les missions NEEF. En fait, de 30 à 40 % des participants sont des exportateurs chevronnés et, selon M. Campbell, bon nombre d'entre eux comptent parmi les plus chauds partisans du programme. « Ils me disent regretter au plus haut point de ne pas avoir participé à une mission NEEF avant de commencer à exporter parce que cela leur aurait fait gagner temps et argent. »

voir page 2 - Exporter vers les É.-U.

Commerce international Canada | International Trade Canada

Canada

2007-01884/

MESSAGE DU MINISTRE

CanadExport fait peau neuve

Depuis 23 ans, *CanadExport* fournit aux entreprises canadiennes de toutes tailles les renseignements relatifs à l'exportation et aux marchés dont elles ont besoin pour soutenir la concurrence de leurs compétiteurs et prospérer sur les marchés mondiaux. Je suis fier de vous présenter le nouveau *CanadExport* qui, sous son nouvel aspect, vous fournira toujours les renseignements, nouvelles et conseils d'une grande fiabilité auxquels cette publication vous a habitués.

La stratégie commerciale présentée dans l'*Énoncé de politique internationale* récemment publié par le gouvernement du Canada établit les priorités suivantes : faire avancer nos relations internationales, offrir aux entreprises les services dont elles ont besoin et attirer le talent et les investissements dans notre pays. *CanadExport* vise à refléter ces priorités dans chacun de ses numéros, par exemple en renseignant ses lecteurs sur l'exportation à destination des États-Unis, premier partenaire commercial du Canada, ou en présentant les débouchés offerts par les marchés étrangers, aussi bien par les partenaires commerciaux traditionnels du Canada que sont le Mexique, l'Europe et le Japon, que par les nouvelles puissances économiques du Brésil, de la Chine et de l'Inde. Les récents articles parus dans *CanadExport* et portant sur les missions commerciales du Canada en Chine et en Inde constituent des moyens par lesquels cette publication soutient la Stratégie à l'égard des marchés émergents de Commerce international Canada. *CanadExport* renseigne également ses lecteurs sur les collaborations en matière d'investissement, les partenariats technologiques et les projets commerciaux multilatéraux.

Près de 40 % de l'activité économique au Canada est attribuable aux exportations, dont dépendent en outre le quart des emplois du pays. L'an dernier, l'excédent commercial du Canada s'est chiffré à 56,1 milliards de dollars, comparativement à 47,3 milliards en 2003. En 2004, la valeur de nos importations et de nos exportations a atteint des niveaux records, chacune de nos sept classes de produits d'exportation ayant enregistré une hausse. *CanadExport* demeure déterminé à aider les exportateurs canadiens à livrer concurrence sur les marchés internationaux pour que le Canada, dont l'économie est la plus prospère parmi les pays du G7, continue d'obtenir d'aussi bons résultats.

Je vous invite donc à découvrir notre nouveau *CanadExport*, qui vous entretient dans le présent numéro de questions relatives à l'exportation vers les États-Unis, à l'industrie côtière du Kazakhstan et à l'entente d'investissement récemment conclue par le Canada et l'Allemagne, et qui vous présente comme à l'habitude le calendrier des foires commerciales à venir. Je vous encourage à visiter le site Web de *CanadExport* (www.canadexport.gc.ca) pour avoir accès à d'autres articles et aux données les plus récentes disponibles.

Le ministre du Commerce international,

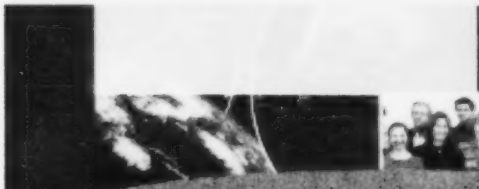
L'honorable James Scott Peterson

– suite de la page 1

Pour les exportateurs chevronnés, il y a aussi NEEF Plus, une mission au cours de laquelle les participants visitent un salon professionnel et rencontrent des partenaires et acheteurs potentiels. Ces missions sont organisées par les bureaux régionaux de Commerce international Canada, situés dans les capitales des provinces canadiennes (voir www.infoexport.gc.ca/regions).

Étant donné que le programme NEEF explique comment profiter au mieux des rencontres avec les acheteurs, M. Campbell encourage les entrepreneurs à participer d'abord au programme NEEF et ensuite au programme NEEF Plus. « Les nouveaux exportateurs sont nombreux à mettre la charrue avant les bœufs, explique-t-il. Ils vont rencontrer des acheteurs potentiels à un salon professionnel sans pouvoir indiquer le prix définitif de leurs produits parce qu'ils ne savent pas à combien s'élèveront leurs frais de distribution. »

Renseignements sur les missions NEEF à partir de l'Ontario : Ken Campbell, Ontario Export inc., tél. sans frais : 1 877 468-7233, courriel : ken.campbell@edt.gov.on.ca, site Web : www.ontarioexportsinc.com.



CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication de Commerce international Canada.
Tirage : 54 000 exemplaires
Also available in English.
ISSN 0823-3330

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de *CanadExport*.

RÉDACTION
Yen Le, Aaron Annable, Jean-Philippe Dumas

SITE WEB
www.canadexport.gc.ca

ABONNEMENT
Tél. : (613) 992-7114
Téléc. : (613) 992-5791
canadexport@international.gc.ca

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.
Convention de la poste-publication nº 40064047

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Kazakhstan : la mer Caspienne riche en débouchés

L'image du Kazakhstan en est une de montagnes, de steppes, de rivières et de semi-déserts. Mais le Kazakhstan a aussi un littoral et d'immenses ressources encore inexploitées. L'Ouest du pays s'ouvre sur la mer Caspienne, immense étendue d'eau enclavée dont la superficie correspond à peu près à celle de la mer du Nord. Et bien que le littoral de cette mer se partage entre la Russie, l'Azerbaïdjan, l'Iran et le Turkménistan, c'est le Kazakhstan qui en détient la portion la plus importante.

Le Kazakhstan est un pays qui foisonne de ressources. Il possède d'énormes gisements minéraux, un secteur agricole en plein essor et une industrie pétrolière et gazière terrestre bien établie. Voilà bien des atouts économiques propres à susciter l'envie de ses voisins d'Asie centrale. Les gisements découverts dernièrement dans la mer Caspienne contiendraient, d'après les estimations, des réserves se situant entre 60 et 70 milliards de barils. Quand l'industrie pétrolière extracôtière du Kazakhstan sera pleinement développée, en 2015, l'ensemble de la production pétrolière de ce pays en fera l'un des grands producteurs mondiaux d'hydrocarbures. Les fournisseurs canadiens de produits et de services doivent bien comprendre une chose : si l'industrie pétrolière extracôtière est encore naissante, les fournisseurs se bousculent déjà au portillon pour s'approprier une part du marché.

Le gisement de Kashagan, dont les réserves récupérables ont été estimées à 15 milliards de barils, est le seul gisement extracôtier à être mis en valeur, et l'on prévoit que l'exploitation pourrait commencer en 2008. Selon nos informations, des parts (jusqu'à 120) seront mises aux enchères à la fin de 2005 ou au début de 2006. L'intensification de l'activité (exploration, délimitation et mise en valeur de ces nouveaux gisements) créera sans doute une multitude de débouchés pour les fournisseurs de produits et de services dans le secteur de l'exploitation du pétrole extracôtier. Pour ce qui est du développement et de l'acquisition des technologies nécessaires, le Kazakhstan en est encore à ses premières armes.

Une foule de débouchés s'offre donc aux fournisseurs étrangers qui exercent leur activité dans les sous-secteurs que voici :

- mécanique, systèmes électriques marins, réparation et entretien d'appareils hydrauliques;
- conception et construction d'infrastructures portuaires;
- construction navale, radoub/réparation, entretien des infrastructures et services;
- travail des métaux, par exemple soudure, tuyauterie, protection anticorrosion;
- évaluation, surveillance et assainissement de l'environnement;
- santé et sécurité au travail;
- navigation maritime et services de formation en génie maritime;
- systèmes de forage sous-marin et services connexes;
- conception technique et profilage géophysique du plancher sous-marin.

La ville portuaire d'Aktau est sur le point de devenir le centre de la toute jeune industrie pétrolière et gazière extracôtière du Kazakhstan. Cette ville dynamique est dotée d'installations portuaires modernes, lesquelles comprennent un terminal ferroviaire et un terminal pétrolier. Les autorités ont confirmé que la majorité des infrastructures extracôtières et services de soutien connexes seront concentrés à Aktau et en périphérie.

En tenant compte de l'information commerciale ci-dessus, une première mission commerciale composée d'entrepreneurs de Terre-Neuve-et-Labrador s'est rendue au Kazakhstan en avril dernier. La mission, organisée par l'ambassade du Canada à Almaty et par le bureau terre-neuvien de Commerce international Canada, réunissait neuf représentants de sept fournisseurs de produits et de services dans le secteur pétrolier et gazier extracôtier. L'objectif de la mission était d'évaluer les débouchés dans ce secteur d'activité au Kazakhstan et de rencontrer des clients potentiels et des personnes susceptibles de vouloir former une coentreprise avec un partenaire canadien.

voir page 7 - Kazakhstan

Saveurs du Canada à BioFach 2005

Des représentants de l'industrie canadienne de l'agriculture et de l'alimentation biologiques se sont rendus à Nuremberg (Allemagne) en février dernier pour participer à BioFach 2005, la plus grande foire internationale de l'industrie des aliments biologiques et des produits naturels du monde. Cette année, 33 000 visiteurs ont assisté à cette foire à laquelle ont participé 2 045 exposants, ce qui représente une hausse de 12 % et de 8 %, respectivement, par rapport à 2004 et ce qui témoigne d'une grande visibilité potentielle.

Agriculture et Agroalimentaire Canada, avec l'aide d'autres ministères fédéraux et des gouvernements des provinces, a coordonné la participation des intervenants canadiens à cette foire (plus de 25 entreprises, 2 associations sectorielles et 4 organismes gouvernementaux). Les visiteurs ont pu rencontrer des producteurs et des exportateurs d'aliments biologiques au pavillon canadien et découvrir les multiples facettes de l'industrie canadienne de l'agriculture et de l'alimentation biologiques.

Le chef Gurth Pretty présente ses délicieuses créations faites à partir de produits biologiques.

BioFach 2005 a été l'occasion pour les producteurs et les exportateurs canadiens d'aliments biologiques de participer à une foire internationale et de présenter tout un éventail d'aliments biologiques et de produits naturels, entre autres des matières premières telles des céréales et des légumineuses à grain et des produits finis tels du sirop, du sucre et des tartinades d'érable, des barres énergétiques, du riz sauvage, des trempettes, des salsas, des huiles, des thés, des champignons, du miel et des produits alimentaires à base de chanvre.

Selon Mark Wartman, ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation de la Saskatchewan, « Le pavillon du Canada illustre bien la façon dont nous devons présenter ce que le Canada a de mieux à offrir. En exposant au pavillon du Canada, les PME de l'industrie canadienne de l'agriculture et de l'alimentation biologiques ont pu renforcer leurs activités de commercialisation en Europe. J'ai été très impressionné par le dynamisme des participants à la foire, par les liens établis et par les ententes commerciales conclues au pavillon du Canada. »

Les entreprises canadiennes ont profité de Biofach 2005 pour étudier les conditions du marché et les innovations à l'origine des nouvelles tendances de l'industrie et pour consolider leurs relations d'affaires avec des représentants des industries de l'agriculture et de l'alimentation d'Europe et d'ailleurs. On estime à 5 millions de dollars la valeur des ventes réalisées par les entreprises de l'industrie canadienne pendant la foire; d'autres ventes devraient être conclues dans les mois à venir. Excellente nouvelle pour les exportateurs!

BioFach 2006 aura lieu du 16 au 19 février 2006, à Nuremberg.

Renseignements : Sylvain Wilson, agent de commerce international, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7226, téléc. : (613) 759-7506, courriel : swilson@agr.gc.ca, site Web : www.biofach.de.

Le Canada et l'Allemagne concluent un accord d'investissement

Urda Martens-Jeebe (au centre) signe la déclaration d'intention sous les regards attentifs du sous-ministre adjoint John Klassen (à gauche) et de l'ambassadeur allemand Christian Pauls.

Le Canada et l'Allemagne ont signé une déclaration d'intention le mois dernier à Ottawa dans l'optique de collaborer à l'établissement de liens en matière d'investissement. Cette déclaration est une première pour le Canada dans ce domaine. Dans leur déclaration, les deux pays s'engagent à explorer les possibilités d'investissement en sciences et technologie au moyen d'échanges de renseignements, de pratiques exemplaires, de visites, de missions, d'ateliers et d'études d'investissements.

« Cette déclaration témoigne de notre volonté de développer notre capacité d'investissement et d'enrichir nos relations avec l'Allemagne », explique le sous-ministre adjoint, John Klassen, qui a signé la déclaration au nom du Canada. Urda Martens-Jeebe, directrice générale d'Invest in Germany, a signé au nom de l'Allemagne, en présence de l'ambassadeur d'Allemagne au Canada, Christian Pauls.

L'Allemagne est l'un des principaux investisseurs directs nets du monde, ses investissements à l'étranger totalisant quelque 45 milliards de dollars chaque année. Avec des actifs estimés à 7,3 milliards de dollars en 2004, elle est le 6e investisseur étranger direct en importance au Canada.

La déclaration a été signée le 6 mai alors que le Secteur de l'investissement, des sciences et de la technologie de Commerce international Canada accueillait une délégation de 25 représentants d'entreprises allemandes et du ministère fédéral allemand de l'Économie et du Travail venus explorer des occasions d'investir. **Renseignements :** www.investiraucanada.gc.ca.

Approvisionnement auprès des Autochtones

C'est la société Walt Disney World qui, en avril dernier, a parrainé la conférence de la Native American Business Alliance (NABA). Près de 300 représentants d'entreprises autochtones des États-Unis et du Canada ainsi que d'entreprises Fortune 500 se sont réunis à Orlando, en Floride, dans le cadre de cette manifestation pour discuter de projets d'approvisionnement et de possibilités d'affaires. Les représentants des sociétés autochtones ont eu l'occasion de rencontrer des acheteurs qui cherchent à diversifier leurs fournisseurs ou qui se spécialisent dans l'approvisionnement auprès d'entreprises appartenant à des groupes minoritaires. Ces acheteurs représentaient des acteurs commerciaux importants, notamment Coca-Cola, Chrysler, Ford, Wal-Mart, Target, General Mills, UPS, IBM et American Express.

« La conférence de la NABA a été des plus réussies. Le nombre et la qualité des contacts ont été exceptionnels, et les conseils des représentants des entreprises se sont avérés très utiles, a déclaré Calvin Helin, président et chef de la direction de NITA HealthWEB (www.nitahealthweb.com). Notre système électronique de pointe pour la gestion des dossiers en matière de soins de santé a suscité l'intérêt et beaucoup d'enthousiasme. Ce système permet aux grosses entreprises de réduire leurs frais de soins de santé. »

Pour faire affaire avec des entreprises Fortune 500 à titre de fournisseur issu d'un groupe minoritaire aux États-Unis, il faut être certifié par le National Minority Supplier Development Council, organisme qui milite au nom des entreprises appartenant à des groupes minoritaires américains et qui a permis la passation de marchés d'une valeur de 80 milliards de dollars entre de grandes entreprises et des fournisseurs issus de groupes minoritaires. Le Canada a établi récemment à Toronto son propre organisme : le Conseil canadien des fournisseurs autochtones et des minorités visibles. Ce conseil a conclu une entente d'affiliation stratégique avec son homologue américain pour faire en sorte que les entreprises canadiennes issues de groupes minoritaires et inscrites dans sa base de données se qualifient aussi aux États-Unis. La participation du Conseil à la conférence de la NABA visait à permettre aux entreprises autochtones d'accéder aux débouchés sur le marché américain.

« La conférence de la NABA a été des plus réussies. Le nombre et la qualité des contacts ont été exceptionnels, et les conseils des représentants des entreprises se sont avérés très utiles, a déclaré Calvin Helin, président et chef de la direction de NITA HealthWEB. »

Lors de la conférence, le consulat général du Canada à Miami a organisé un séminaire canadien sur l'exportation dans le cadre duquel on a mis en évidence l'expertise des entreprises autochtones canadiennes qui étaient sur place.

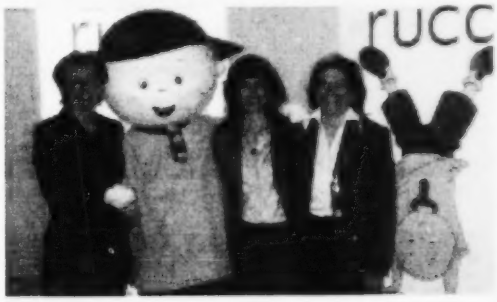
En avril prochain, la conférence de la NABA se tiendra à Albuquerque, au Nouveau-Mexique (www.native-american-bus.org).

Renseignements : Rosi Niedermayer, CICan, tél. : (613) 944-0634, courriel : rosi.niedermayer@international.gc.ca, site Web : www.infoexport.gc.ca. Pour en savoir plus sur le Conseil, consultez www.camsc.ca.

Caillou enchante le Portugal

Bien qu'il soit mieux connu sous le nom de Ruca au Portugal, les jeunes enfants portugais suivent les aventures de Caillou chaque jour sur la chaîne de la télévision d'État portugaise. Ce petit personnage canadien de quatre ans a aussi gagné le cœur des parents portugais et a remporté un énorme succès depuis sa première apparition sur les ondes portugaises il y a près de deux ans.

Dernièrement, un accord a été signé entre les créateurs de Caillou (la société canadienne Cookie Jar), son représentant au Portugal (Elastic Rights) et Warner Lusomundo pour l'acquisition des droits de distribution des DVD et des vidéocassettes de Caillou au Portugal.



De gauche à droite : Louise Levasseur, déléguée commerciale principale; Caillou; Fatima Carvalho, déléguée commerciale; et Mercedes Rufino, agente des affaires publiques.

On projette de mettre en marché d'autres produits Caillou dans ce pays, vu la popularité grandissante du personnage. Compte tenu du succès remarquable obtenu auprès des Portugais, Caillou espère charmer aussi les petits Espagnols.

Les entrepreneurs canadiens, novices comme expérimentés, qui envisagent de faire des affaires en Europe devraient considérer le Portugal comme un tremplin vers le marché de l'Union européenne. Les Portugais ont une approche très traditionnelle des affaires et préfèrent passer par les voies officielles pour rencontrer les nouveaux entrepreneurs. À cet égard, nos délégués commerciaux se feront un plaisir de vous servir d'intermédiaire. Le Portugal est un bon endroit où exporter.

Renseignements : ambassade du Canada au Portugal, tél. : (011-351-21) 316-4651, courriel : lsbon-td@international.gc.ca, site Web : www.infoexport.gc.ca/pt.

LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

DÉLÉGUÉ COMMERCIAL VIRTUEL
INFORMATION ET SERVICES PERSONNALISÉS

Le Service des délégués commerciaux du Canada s'est associé à Exportation et développement Canada afin d'enrichir la gamme de services commerciaux du Délégué commercial virtuel, un outil en ligne personnalisé à l'intention des exportateurs canadiens. En plus de fournir des renseignements personnalisés sur les marchés et les débouchés internationaux, votre Délégué commercial virtuel vous offre dorénavant un accès rapide et facile aux outils de financement et de gestion des risques du commerce extérieur d'EDC.

Les services d'EDC sur votre Délégué commercial virtuel

Services d'EDC
Les exportateurs canadiens qui utilisent leur Délégué commercial virtuel ont un accès immédiat aux services de financement du commerce extérieur se rapportant à leurs transactions à l'étranger. Ces services touchent l'assurance, le cautionnement et les solutions financières.

Contacts à EDC
Le site vous permettra de prendre facilement contact avec un spécialiste qui pourra répondre à vos questions sur le financement à l'exportation.

Outils d'exportation
Les utilisateurs du Délégué commercial virtuel ont accès à des services spéciaux en ligne comme *Vérif*EXPORT, pour commander des profils financiers sur des clients étrangers éventuels, *Prof*EXPORT, pour assurer une transaction d'exportation individuelle contre le non-paiement, ainsi qu'un service d'estimation gratuite afin d'obtenir une assurance-comptes clients pour les transactions d'exportation.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Service des délégués commerciaux du Canada et recevoir votre Délégué commercial virtuel personnalisé, consultez :

www.infoexport.gc.ca

Le Délégué commercial virtuel vous est présenté par :

Gouvernement du Canada
Agriculture et Agroalimentaire Canada
Commerce international Canada
Service des délégués commerciaux
Patrimoine canadien

Government of Canada
Agriculture and Agri-Food Canada
International Trade Canada
Trade Commissioner Service
Canadian Heritage

EDC CCC

Canada

TIC à Tunis : le monde est à l'écoute

Tunis, Tunisie > La seconde phase du **Sommet mondial sur la société de l'information** (SMSI) aura lieu à Tunis du 16 au 18 novembre 2005. Cette activité d'envergure mondiale devrait regrouper 15 000 participants, dont 70 chefs d'États provenant de plus de 190 pays. De très nombreux représentants du secteur privé seront à Tunis à cette occasion.

Ce sommet est une activité de l'Organisation des Nations Unies portant sur les dimensions humaines des technologies d'information et de communication (TIC) et faisant suite à une première phase qui s'est déroulée à Genève en 2003. Il a pour but de relever les défis que pose la révolution de l'information et de réduire le fossé numérique entre les pays du Nord et du Sud.

Parallèlement à ce sommet se déroulera au même endroit, du 14 au 19 novembre 2005, une autre importante manifestation : **ICT 4 all**. On y proposera une grande exposition axée sur les TIC et des espaces où pourront être organisés des activités de réseautage, des forums, des réunions, des tables rondes ou des conférences.

Y participeront de grands acteurs et décideurs des secteurs public et privé, des organisations internationales, gouvernementales, non gouvernementales et non commerciales. Vous pourrez vous y faire des relations influentes et accroître votre notoriété internationale, tout en bénéficiant d'une couverture médiatique mondiale.

ICT 4 all sera donc pour vous une excellente occasion de présenter votre savoir-faire, vos services, vos innovations et vos projets en matière de TIC.

Bien que l'exposition elle-même soit ouverte au public, la participation à certaines autres activités nécessite une accréditation auprès du SMSI; il faut en faire la demande avant le 8 août 2005.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Eric Pelletier, délégué commercial, ambassade du Canada à Tunis, tél. : (011-216) 71-104-134, téléc. : (011-216) 71-104-193, courriel : eric.pelletier@international.gc.ca, site Web : www.ict4all-tunis.org.

Télécommunications et énergie à l'honneur en Algérie

Alger, Algérie, du 11 au 13 septembre 2005 > Cet été auront lieu simultanément à Alger deux grandes manifestations commerciales. Il s'agit d'**Alger Telecomp 2005**, 5e édition du Salon international des télécommunications, des systèmes d'information, de la diffusion et de la bureautique, ainsi que d'**Alger Energy 2005**, 4e édition du Salon international de l'énergie, des mines, de la pétrochimie et de l'électricité.

Ces salons consacrés à deux secteurs prioritaires de l'Algérie seront pour les entreprises canadiennes d'excellentes occasions de mettre en valeur leur savoir-faire et de profiter du nouveau climat d'affaires qui s'est installé à la suite du rétablissement de la paix civile et de la reprise de la croissance économique. Les excellents résultats obtenus dans le secteur des hydrocarbures et les progrès remarquables accomplis dans le cadre de la libéralisation des secteurs des télécommunications et des hydrocarbures confirment l'attrait du marché algérien.

Les entreprises canadiennes souhaitant participer à ces manifestations commerciales sont invitées à se faire connaître auprès de l'ambassade du Canada à Alger et à communiquer directement avec les organisateurs pour la réservation d'un espace d'exposition.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Rachid Benhacine, délégué commercial, ambassade du Canada à Alger, tél. : (011-213-21) 91-49-51, téléc. : (011-213-21) 91-47-20, courriel : rachid.benhacine@international.gc.ca, site Web : www.infoexport.gc.ca/dz. Pour plus de détails sur les salons et leurs organisateurs, consultez www.fairtrade-messe.de.

– suite de la page 3

Plusieurs entreprises canadiennes se sont déjà solidement implantées au Kazakhstan. Le gouvernement kazakh entend privilégier le contenu local et favoriser les Kazakhs dans le recrutement et les marchés publics. Les entreprises étrangères désireuses de se lancer sur ce marché prometteur doivent donc être prêtes à former une coentreprise avec un partenaire local, à ouvrir une filiale au Kazakhstan ou à y constituer une société qui recrutera et formera du personnel kazakh. Pour réussir au Kazakhstan, il est indispensable d'établir une présence au pays et, comme partout ailleurs dans le monde, de se conformer rigoureusement aux règles du droit.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Artur Iralin ou Ada Terechshenko, délégués commerciaux, ambassade du Canada au Kazakhstan, tél. : (011-7-3272) 50-11-51, téléc. : (011-7-3272) 58-24-93, courriel : almat@international.gc.ca, site Web : www.infoexport.gc.ca/ie-fr/Office.jsp?oid=467.

MANIFESTATIONS COMMERCIALES

Sandestin, Floride (États-Unis)
Du 21 au 24 juillet 2005
Le consulat général du Canada à Atlanta, en Géorgie, et Commerce international Canada vous invitent à vous joindre à la mission EXPORT É.-U. à Sandestin, Floride, et à **SPLASH! 2005**, le congrès annuel de l'Association de l'industrie alimentaire de la Géorgie.
Renseignements : Mary Louise Goodie, déléguée commerciale, consulat général du Canada à Atlanta, tél. : (404) 532-2000, courriel : marylouise.goodie@international.gc.ca.
Site Web : www.gfia.org.

Cologne, Allemagne
Du 8 au 12 octobre 2005
Venez présenter vos produits et services au pavillon du Canada à **ANUGA**, le plus important salon professionnel des boissons et des aliments où sont attendus plus de 160 000 acheteurs du monde entier.
Renseignements : Brian Bonner, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7642, téléc. : (613) 694-2449, courriel : bonnerb@agr.gc.ca.
Site Web : www.ats.agr.gc.ca/anuga.

São Paulo, Brésil
Du 28 au 30 septembre 2005
Analitica Latin America est la première exposition internationale en importance de la technologie de laboratoire, de l'analyse, de la biotechnologie et du contrôle de la qualité en Amérique latine.
Renseignements : ambassade du Canada au Brésil, tél. : (011-55-61) 424-5400, téléc. : (011-55-61) 424-5492, courriel : brsla-td@international.gc.ca.
Site Web : www.analiticanet.com.br.

Stockholm, Suède
Du 11 au 13 octobre 2005
Pour tous les intervenants du secteur des sciences de la vie, **BioTech Forum + ScanLab 2005** est le lieu de rencontre scandinave de l'industrie de la biotechnologie qui ouvre le plus de portes.
Renseignements : Christian Ekström, agent de promotion commerciale, ambassade du Canada en Suède, tél. : (011-46-8) 453-3000, téléc. : (011-46-8) 453-3016, courriel : stkhm-commerce@international.gc.ca.
Site Web : www.biotechforum.org.

New Delhi, Inde
Du 13 au 15 septembre 2005
Profitez des nouvelles occasions d'affaires dans le secteur indien de l'eau à la 6e édition de **Water Asia - 2005**, conférence et exposition internationales de l'industrie de la gestion des eaux usées et de l'eau potable.
Renseignements : haut-commissariat du Canada en Inde, tél. : (011-91-11) 5178-2000, courriel : delhi.commerce@international.gc.ca.
Site Web : www.waterasia2005.com.

Bangkok, Thaïlande
Du 6 au 8 octobre 2005
Principal salon d'Asie sur la technologie et les produits et services se rapportant à l'eau, **Aquatech Asia** ouvre grand les portes vers les marchés de la Thaïlande, de la Malaisie, de l'Indonésie, des Philippines, de Singapour, pour ne nommer que ceux-là.
Renseignements : ambassade du Canada en Thaïlande, tél. : (011-66-2) 636-0540, courriel : bngkk-td@international.gc.ca.
Site Web : www.aquatechtrade.com/asia.

Skellefteå, Suède
Du 27 juin au 1er juillet 2005
La conférence internationale **Securing the Future 2005** est l'une des grandes activités qu'organisera le centre suédois d'extraction des métaux non ferreux et de métallurgie. Deux journées seront consacrées à des exposés sur les thèmes de l'extraction et de la protection environnementale et une autre sur les métaux et la récupération de l'énergie.
Renseignements : ambassade du Canada en Suède, courriel : stkhm-td@international.gc.ca.
Site Web : www.securing2005.skelleftea.se.

Osaka, Japon
Les 13 et 14 juillet 2005
CORE-TECH 2005 est une exposition internationale portant sur les technologies robotiques, les technologies industrielles de pointe et l'électronique, qui se tiendra en marge de la célèbre compétition internationale de robotique RoboCup 2005. Des stands du Canada sont disponibles pour les entreprises désireuses de participer à l'exposition.
Renseignements : consulat général du Canada à Osaka, courriel : osaka-td@international.gc.ca.
Site Web : www.infoexport.gc.ca/jp.

Monastir, Tunisie
Du 29 septembre au 2 octobre 2005
Venez participer au Salon international de l'habillement de Monastir **SIHAM'2005**. Il s'agit d'un important rendez-vous des professionnels du secteur du textile et de l'habillement favorisant les partenariats et les projets mixtes.
Renseignements : Lassaâd M. Bourguiba, délégué commercial, ambassade du Canada à Tunis, tél. : (011-216) 71-104-056, téléc. : (011-216) 71-104-193, courriel : lassaad.bourguiba@international.gc.ca.
Site Web : www.infoexport.gc.ca/tn

Le Service de renseignements de Commerce international Canada offre aux exportateurs canadiens des renseignements ministériels, des publications et de l'orientation. En voici les coordonnées : **1 800 267-8376** (région d'Ottawa : (613) 944-4000), ATS : (613) 944-0136, courriel : **enqserv@international.gc.ca**, site Web : **www.international.gc.ca**.

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Convention de la poste-publication nº 40064047